



## RANCANGAN PERKULIAHAN PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

# Q

No. Dokumen	061.423.4.70.00	Distribusi				
Tgl. Efektif						

**Judul Mata Kuliah** : Praktikum Perilaku Konsumen      **Semester** : 7 ..      **Sks** : 3      **Kode** : 31084

**Dosen/Team Teaching** : 1. Dr. Rina Astini, SE.,MM  
2. Daru Asih, SE.,M.Si  
3. Yennida Parmariza, S.Sos.,MM  
4. Erna

**Diskripsi Mata Kuliah** :

Mata kuliah ini merupakan mata kuliah inti dalam struktur kurikulum Program Studi S1 Manajemen yang diambil pada semester tujuh (7) pada kekhususan Manajemen Pemasaran. Mata kuliah ini dapat ditempuh setelah lulus Mata kuliah Perilaku Konsumen. Pada Mata kuliah ini mahasiswa akan diajarkan semua *tools* yang diperlukan untuk memahami bagaimana konsumen berperilaku sekaligus mempraktekkannya di lapangan.

**Kompetensi** :

Setelah mengikuti perkuliahan ini, mahasiswa diharapkan memahami bagaimana konsumen berperilaku di pasar dan faktor-faktor penyebab perilaku tersebut. Mahasiswa diharapkan juga mampu menggunakan alat-alat pengukuran perilaku konsumen sebagai suatu keahlian seorang pemasar.

**Pokok Bahasan** :

Mata kuliah ini membahas Segmentasi Pasar, Motivasi Konsumen, Kepribadian, Persepsi Konsumen, Pembelajaran konsumen, Sikap konsumen, Komunikasi, Keluarga dan Kelas Sosial, Pengaruh Budaya, Sub budaya, Cross-Cultural, Difusi dan Inovasi, Pengambilan Keputusan Konsumen, Etika dan Tanggung jawab sosial.

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
1	1. Memahami dan menyepakati kontrak perkuliahan. 2. Mampu memahami Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"><li>• Penjelasan kontrak dan sistem perkuliahan</li><li>• Gambaran umum Mata kuliah Praktikum Perilaku Konsumen</li></ul>	Ceramah, diskusi, dan tanya jawab, slide show, LCD		

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
	dalam konteks praktis				
2	Mampu melakukan studi segmentasi dan penentuan target pasar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Pasar Segmentasi</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
3	Mampu melakukan studi motivasi konsumen dalam memilih suatu produk	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Konsumen Motivasi</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5 %
4	Mampu melakukan studi Kepribadian konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Kepribadian Konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
5	Mampu melakukan studi Persepsi Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Persepsi Konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5 %

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
6	Mampu melakukan studi mengenai Pembelajaran Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Pembelajaran Konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
7	Mampu melakukan studi Komunikasi dalam konteks Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Komunikasi dalam Perilaku Konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
8	UTS				25%
9	Mampu melakukan studi mengenai Keluarga dan Kelas Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis mengenai Keluarga dan Kelas Sosial</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
10	Mampu melakukan studi pengaruh budaya dan Sub Budaya terhadap Perilaku Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis mengenai pengaruh budaya dan Sub Budaya terhadap perilaku konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
11	Mampu melakukan studi Perilaku konsumen antar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analisis Perilaku konsumen antar budaya (Cross-</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan analisis</li> <li>Kemampuan berfikir kritis.</li> </ul>	5%

Minggu Ke *	KEMAMPUAN AKHIR YANG DIHARAPKAN *	BAHAN KAJIAN/MATERI PEMBELAJARAN*	BENTUK PEMBELAJARAN*	KRITERIA PENILAIAN (Indikator)*	BOBOT NILAI
1	2	3	4	5	6
	budaya ( <i>Cross-Cultural Consumer Behavior</i> )	<i>Cultural Consumer Behavior</i> )		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	
13	Mampu melakukan studi mengenai difusi dan inovasi konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis mengenai difusi dan inovasi konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan analisis</li> <li>• Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>• Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
14	Mampu melakukan studi Pengambilan Keputusan Konsumen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan analisis</li> <li>• Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>• Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
15	Mampu melakukan studi mengenai Etika Pemasaran dan Tanggung jawab Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis Etika Pemasaran dan Tanggungjawab Sosial</li> </ul>	Ceramah, diskusi, prakek alat dan modul praktikum	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemampuan analisis</li> <li>• Kemampuan berfikir kritis.</li> <li>• Kemampuan menggunakan alat</li> </ul>	5%
16	U A S				25%

**Komponen Penilaian** : Rincian besarnya bobot penilaian mata kuliah, acuan secara rinci adalah sebagai berikut:

1. Kehadiran : 10%
2. UTS : 25 %
3. UAS : 25 %
4. Tugas-Tugas : 40%

**Daftar Pustaka:**

1. Schiffman, Leon G and Leslie Lazar Kanuk, 2010. *Consumer Behavior*, 10<sup>th</sup> edition, New Jersey : Prentice Hall
2. Solomon, Michael R. (2007). *Consumer Behavior – Buying, Having, and Being*. 7<sup>th</sup> edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Jakarta, 01 Maret 2014	Nama Fungsi	Paraf
Dibuat Oleh	Dosen Pengampu / Koordinator MK : Dr. Rina Astini	
Diperiksa Oleh	Ketua Program Studi : Dr. Rina Astini	
Disahkan Oleh	Dekan : Prof. Dr. Wiwik Utami, Ak, MS., CA	